

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Berkembangnya infrastruktur layanan internet saat ini semakin dirasakan, berbagai aspek aktifitas kehidupan sehari, hampir semua kegiatan membutuhkan layanan internet dan bahkan sudah bergantung terhadap layanan internet. Layanan internet menjadi kebutuhan yang tidak dapat di tingalkan didalam kehidupan sehari-hari, dengan layanan internet pekerjaan mencari informasi, berinteraksi dan melakukan segala transaksi dapat dilakukan dengan mudah hanya dengan layanan internet.

Menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mengungkapkan bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet. survei yang dilakukan sepanjang 2016 itu menemukan bahwa 132,7 juta orang Indonesia telah terhubung ke internet. Adapun total penduduk Indonesia sendiri sebanyak 256,2 juta orang.

Dunia Teknologi Informasi sangat berkembang pesat seiring dengan perkembangan Teknologi Internet. Aktifitas bisnis pun menjadi lebih mudah, efisien dan luas dalam memperkenalkan bisnis/ usaha ke banyak *client/* konsumen secara global tanpa ada batasan jarak dan regional. *E-Market Place* pada umumnya umum memiliki sistem yang sudah terpercaya yang dimana *market place* sebagai media dalam bertransaksi, sehingga *market place* diharapkan menjadi solusi mengefisienkan kegiatan penjual dan pembeli.

Berkembangnya *market place* saat ini akan mempengaruhi kualitas informasi toko retail di suatu *market place*. Dalam banyak kasus yang terjadi pada toko retail didalam suatu *market place* bisa bertahan, tidak hanya mengandalkan suatu kekuatan produk saja tetapi dengan adanya manajemen yang baik, pengiriman yang tepat, pelayanan yang cepat, struktur organisasi bisnis yang memadai atau dengan kata lain faktor yang mempengaruhi keberhasilan toko retail di *market place* adalah pada kualitas informasi di suatu market palce .

Kualitas informasi melekat pada produk barang atau jasa yang di tawarkan, informasi yang jelas, lengkap dan sesuai, merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan penjualan karena pembeli tidak dapat melihat langsung barang atau jasa yang di tawarkann oleh penjual, pembeli hanya dapat melihat keterangan spesifikasi maupun diskripsi yang di sediakan di foto sehingga kualitas produk agak sulit untuk di prediksi apakah sesuai dengan pembeli, semakin baik kualitas informasi akan menambah minat pembeli untuk melakukan pembelian.

Pelayanan merupakan tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Kotler, 2009: 83). Baik atau tidaknya pelayanan sangat tergantung dari persepsi konsumen. Persepsi baik jika pelayanan yang diterima melebihi harapan konsumen sebaliknya persepsi buruk jika pelayanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan pembeli (Kotler 2009:83)

Penelitian tentang pengaruh kualitas informasi dan pelayanan terhadap minat pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening saat ini bukan penelitian satu-satunya. Beberapa penelitian terdahulu yang meneliti kualitas pelayanan adalah Setiawan dan Laurencia (2014). Penelitian tersebut bertujuan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (*Quality Service*) dan *Customer Relationship Management* terhadap loyalitas pelanggan (*Customer Loyalty*) dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening. Penelitian ini menggunakan sampel penelitian konsumen Kampoeng Kidz, Batu-Jawa Timur. Metode yang digunakan adalah Alat analisis SEM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *Customer Relationship Management* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.

Pada penelitian kualitas informasi dan kepuasan pelanggan, Widayanti (2011) menemukan hasil penelitian bahwa Sistem informasi manajemen puskesmas (Simpus) yang didesain sesuai kebutuhan informasi dapat meningkatkan kualitas informasi yang dihasilkan dan dapat memberikan kepuasan bagi pengguna. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui hubungan kualitas informasi dengan kepuasan pengguna sistem informasi manajemen puskesmas (SIMPUS) di puskesmas wilayah Kabupaten Sleman. Penelitian ini merupakan penelitian observational analitik dengan rancangan cross sectional. Data diambil dengan menggunakan kuesioner. Populasi pada penelitian ini sebanyak 212 orang dengan jumlah sampel 68 responden yang diambil dengan menggunakan teknik multistage random sampling. Analisis data menggunakan

korelasi *Pearson Product Moment* ( $r$ ) menunjukkan bahwa terdapat hubungan cukup kuat antara kualitas informasi aspek keandalan, aspek ketersediaan, dan aspek keluwesan dengan kepuasan pengguna simpus.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, Aryani dan Rosinta (2010) memperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini terbukti dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa sebesar 72,9% variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 27,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel kualitas layanan. Dari penelitian ini diketahui pula bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hasil penelitian lain menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara kualitas layanan KFC terhadap loyalitas pelanggan pada mahasiswa FISIP UI. Hal ini ditunjukkan oleh sebesar 91% variabel loyalitas pelanggan yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar kualitas layanan.

Berdasarkan penjelasan sebelumnya maka peneliti ingin menegetahui apakah terdapat pengaruh kualitas informasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang selanjutnya dapat meningkatkan intensitas minat pembelian ulang.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas informasi dan kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan dan kemudian dari kepuasan pelanggan tersebut apakah akan memberikan pengaruh terhadap minat pembelian ulang dalam belanja online ?

## **C. Tujuan Penelitian**

### **1. Tujuan umum**

Mengetahui pengaruh kualitas informasi dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam minat pembelian ulang belanja *online*.

### **2. Tujuan khusus**

- a. Menguji pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pelanggan
- b. Menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
- c. Menguji pengaruh kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang
- d. Menguji pengaruh kualitas informasi terhadap pembelian ulang
- e. Menguji pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pembelian ulang

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dan referensi bagi referensi selanjutnya yang terkait dengan penelitian ini

### **2. Manfaat praktis**

- a. Bagi penulis

Untuk dapat menambah ilmu pengetahuan serta agar dapat mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang penulis dapatkan sebagai mahasiswa di Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Surakarta guna menunjang profesi yang telah dikerjakan.

b. Bagi perusahaan / toko retail online

Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi yang sangat penting sebagai bahan evaluasi dan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk memperoleh pelanggan dan profitabilitas sebanyak banyaknya.

c. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan ilmu pengetahuan terutama dibidang pemasaran tentang kualitas informasi, kualitas pelayanan dalam kepuasan pelanggan terhadap minat pembelian ulang dan juga penelitian ini dapat di kembangkan dalam penelitian selanjutnya.